

目的：近年、消費の対象は物財からサービスへと移行してきていると言われ、確かに官庁統計によれば、サービス部門における消費が拡大している。そのため、ニーズの対象が物財からサービスに移行し、消費者はより「豊かな」消費生活をおくることに関心を向けているという主張がなされる。また、それに対して、貧弱な社会資本のもとで女性の職場進出を支える家事労働の商品化がサービス消費を拡大させているという反論もある。いずれの議論も産業分類上のサービス部門の拡大を念頭において行われているのであるが、この「サービス」とは何であるのかという点については現在も明確になっていない。サービス部門として一括されているものの中には、本来サービス部門に含められないものが含まれているように思われる。そこで、サービス部門として一括されているものを、家庭内の消費労働に関するものに限って検討を加えることとする。

方法：日本標準産業分類上サービス業に含まれる業種のなかで、家庭内の消費労働の社会的分業や消費費用の商品化と規定されうる業種に限定して労働形態を分析し、サービスとは考えられない側面を抽出した。その後、ある程度の再分類を試みた。

結果：産業分類上でサービスとして扱われているものの中には、教育のような、元来商品化にはふさわしくない、サービスとして規定されるべき業種も含まれていることは確かである。しかし、例えば貸しおむつ業はリース・レンタルの一形態であったり、惣菜屋やファーストフード店は、その労働のほとんどを生産・加工に費やしているなど、サービスとは規定できないものも多々あることが明らかになった。